



© Wirz (2)

Wirz

Die zwei erfolgreichen Geschäftsführer der Werbeagentur Wirz, Christoph Bösenkopf und Rudi Reisner, haben sich die letzten Jahre im Focus-Ranking unermüdlich nach ganz oben gearbeitet.

PKP BBDO*Die ersten 25 Jahre sind um*

WIEN. Die Agentur PKP BBDO feiert ihr 25-jähriges Bestehen. Auf die Frage, was das Geheimnis des Agentur-Erfolges ist, gibt Agenturchef Fred Koblinger folgende Antwort: „In erster Linie die Mitarbeiter. Die sich hier nicht selbst verwirklichen, aber selbstbestimmt an einem großen gemeinsamen Ziel - Kundenzufriedenheit - mitarbeiten. Am meisten mit Stolz erfüllt mich, dass dieser Spirit auch nach 25 Jahren und nunmehr 82 Mitarbeitern ehemals verschiedener Kulturen noch immer da ist - das ist sicher auch Grund dafür, dass wir Kunden seit mehr als 20 Jahren begleiten dürfen. Die Kommunikationskanäle sind explodiert, das Medienverhalten hat sich geändert, das Verständnis und die Empathie für Mitarbeiter und Kunden ist damit noch wichtiger geworden. Darum glauben wir auch, dass, wie im Leben, Leidenschaft gut, Liebe aber langfristig besser ist. Unser Versprechen an unsere Kunden lautet daher: Love sells“

Wirz, die neue Nummer Eins

Billy Wilder meinte mal: „Komisch, dass gerade immer die Tüchtigen das Glück haben“ – ein Zitat, wie für Wirz gemacht.

••• Von Dinko Fejzuli

WIEN. Während es für die eine oder andere heimische Werbeagentur das eine Jahr hinauf und das andere Jahr etwas hinunterging, kennt man bei Wirz nur eine Richtung – nach oben.

Wie keine andere Agentur schafften es Christoph Bösenkopf und Rudi Reisner, von einem Jahr auf das andere immer ein Schäuferl nachzulegen und zu wachsen und so ist ihnen nun der Sprung von Platz zwei, den sie die letzten Jahre inne hatten, nach ganz oben gelungen.

Der Sprung auf Platz 1

„Wir sind mit dem Jahr 2016 sehr zufrieden und verzeichnen sowohl bei unseren bestehenden Kunden, als auch bei Neukunden eine sehr erfreuliche Entwicklung“, beschreiben Christoph Bösenkopf und Rudi Reisner, Geschäftsführer der Werbeagentur Wirz, das letzte Jahr.

Als Highlight heben die beiden Geschäftsführer Lagerhaus als neuen Kunden der RWA hervor, die neben den langjährigen Kunden Spar und Ikea ihre Handels- und Performance-Kompetenz unterstreicht. Sehr glücklich und zufrieden zeigen

sich Bösenkopf und Reisner mit ihrer neuen Digital-Unit „3rd District“, mit der sie es geschafft haben, auch neue Kunden wie zum Beispiel Red Bull Ring Projekt Spielberg und weXelerate, den größten Start-up-Hub in CEE, an Land zu ziehen.



Gute Aussicht(en) für die Agentur aus dem sonst stark frequentierten Büro.



© PKP BBDO/Oliver Gast